

Departamento Administrativo de la  
Defensoría del Espacio Público

Brief de campaña

Fecha de solicitud:

Servidor o Contratista:

Dependencia:

1. **Objetivo de comunicación** (¿Qué se quiere lograr con la campaña o estrategia?, la razón por la cual estamos desarrollando este producto)
2. **¿Qué se debe resaltar en la campaña?** (Acá debemos pensar, para alcanzar el objetivo de mi estrategia o campaña, ¿qué información me permite que el público conozca de mejor el trabajo que estamos haciendo?)
3. **Público objetivo de la campaña** (A quiénes queremos dirigirle el mensaje -ciudadanía, público interno, por géneros, por grupos de edad, etc-)
4. **Lineamientos o propuestas de la campaña creativa** (En tú área ¿qué tienes pensado para la actividad? ¿Tienes alguna propuesta que le sirva a Comunicaciones a desarrollar los productos?)
5. **¿Cuál es el mensaje principal de la campaña?** (¿Cuál es la idea que queremos posicionar? Este mensaje se debe pensar a modo de bullet)

▪ 127-FORDE-40 ▪ V.2 ▪ Vigente desde: 20/05/2022 ▪

6. ¿Cuál es el mensaje secundario del producto? (Ya teniendo claro cual es el mensaje principal, ahora debemos pensar: además de ¿Qué me gustaría que el público recordara? Bullet
7. ¿Cuál es el llamado a la acción que debe comunicarse? (¿Acá debemos movilizar al público, les estamos vendiendo una idea, ¿cómo queremos que ellos actúen? Que se inscriban, que llenen una encuesta, entre otros.)
8. Explique las etapas de la campaña (debemos contar, cómo inicia la estrategia, las etapas del proceso en las que se necesita a Comunicaciones – las etapas deben incluir fechas estimadas para su desarrollo)
9. ¿Cuáles son los servicios por promocionar en esta campaña? (Una vez que pensamos como movilizamos al público, debemos contarles, ¿qué tenemos para ellos? Asesorías, atención al usuario, acompañamiento en procesos. ¿Qué hacemos para atender a nuestro público?
10. ¿Cuáles son sus expectativas de la campaña? (Tenemos un objetivo claro. Al finalizar la campaña, qué queremos cambiar en nuestro público, o ¿qué esperamos recibir?
11. ¿Cuál es el tono que se le quiere imprimir a la comunicación? (¿Qué sentimiento quisiéramos despertar?)
12. ¿Cuáles son los mensajes claves? (Al menos 8 *Bullets -párrafos cortos- con información que sirva de insumos en la construcción del mensaje*).
13. ¿Cuáles son las palabras claves? (Glosario de términos que nos permitan entender la estrategia que desarrollamos)